

Innovation participative



Œuvre originale de Jean-Pierre Lalanne

Mise en page de Claude Andréotto

Imprimé en héliogravure. Format vertical 26 x 36, 40 timbres à la feuille

Vente anticipée le 24 janvier 1997 à Paris

Vente générale le 27 janvier 1997

Ce timbre est l'aboutissement d'une démarche participative. Œuvre d'un postier, il symbolise la reconnaissance des entreprises envers ceux qui s'impliquent régulièrement dans l'Innovation participative.

Le terme est apparu pour la première fois au début des années quatre-vingt quand de grandes entités (La Poste, le ministère de la Défense) ont voulu signifier que l'on ne devait plus ignorer une ressource immense enfouie dans toutes nos organisations : la capacité d'observation et d'innovation du personnel qui, sur le terrain, voit les problèmes, constate les gaspillages et est souvent en mesure de proposer des solutions surprenantes par leur simplicité.

On est ici loin des "boîtes à idées" qui ont été utilisées dès le XVIII^e siècle au Japon, en Suède, en Italie, par les rois et gouverneurs pour recueillir les propositions de leurs sujets, puis à la fin du XIX^e siècle dans certaines entreprises d'Allemagne, de Grande-Bretagne ou aux USA (et plus tardivement en France en 1927 chez Michelin).

Depuis le début du siècle avaient été mis en place des "systèmes de suggestions" mais cela restait le plus souvent une démarche marginale enlisée dans des procédures trop lourdes.

A la fin des années quatre-vingt, avec le développement du management par la qualité et l'exacerbation constante des conditions de la concurrence, l'Innovation participative est apparue comme une dimension essentielle du progrès dans les entreprises (notamment dans l'industrie automobile) : l'encadrement doit libérer, stimuler les capacités d'initiative et de créativité de l'ensemble du personnel.

L'Innovation participative peut devenir la pierre angulaire de l'évolution du management. Ainsi doit se construire une nouvelle citoyenneté d'entreprise : si le XX^e siècle a été profondément marqué par le taylorisme, les entreprises performantes du futur seraient celles où, grâce à l'Innovation participative, chacun est appelé non seulement à être entendu, mais aussi à prendre part à la joie que l'on éprouve à "inventer et à créer".

1997

Reproduction interdite

LES TIMBRES-POSTE DE FRANCE

INNOVATION PARTICIPATIVE



Vente anticipée le 24 janvier 1997
à Paris

Vente générale dans tous les bureaux de poste
le 27 janvier 1997



LA POSTE 

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES

Œuvre originale de Jean-Pierre Lalanne

Mise en page de Claude Andréotto

Imprimé en héliogravure

Format vertical 26 x 36

40 timbres à la feuille

INNOVATION PARTICIPATIVE

Ce timbre est l'aboutissement d'une démarche participative. Œuvre d'un postier, il symbolise la reconnaissance des entreprises envers ceux qui s'impliquent régulièrement dans l'Innovation participative.

Le terme est apparu pour la première fois au début des années quatre-vingt quand de grandes entités (La Poste, le ministère de la Défense) ont voulu signifier que l'on ne devait plus ignorer une ressource immense enfouie dans toutes nos organisations : la capacité d'observation et d'innovation du personnel qui, sur le terrain, voit les problèmes, constate les gaspillages et est souvent en mesure de proposer des solutions surprenantes par leur simplicité.

On est ici loin des "boîtes à idées" qui ont été utilisées dès le XVIII^e siècle au Japon, en Suède, en Italie, par les rois et gouverneurs pour recueillir les propositions de leurs sujets, puis à la fin du XIX^e siècle dans certaines entreprises d'Allemagne, de Grande-Bretagne ou aux USA (et plus tardivement en France en 1927 chez Michelin).

Depuis le début du siècle avaient été mis en place des "systèmes de suggestions" mais cela restait le plus souvent une démarche marginale enlisée dans des procédures trop lourdes.

A la fin des années quatre-vingt, avec le développement du management par la qualité et l'exacerbation constante des conditions de la concurrence, l'Innovation participative est apparue comme une dimension essentielle du progrès dans les entreprises (notamment dans l'industrie automobile) : l'encadrement doit libérer, stimuler les capacités d'initiative et de créativité de l'ensemble du personnel.

L'Innovation participative peut devenir la pierre angulaire de l'évolution du management. Ainsi doit se construire une nouvelle citoyenneté d'entreprise : si le XX^e siècle a été profondément marqué par le taylorisme, les entreprises performantes du futur seraient celles où, grâce à l'Innovation participative, chacun est appelé non seulement à être entendu, mais aussi à prendre part à la joie que l'on éprouve à "inventer et à créer".